

Stipendierapport: Hur åtta tidningar samarbetar i Ohio.

Valdemar Lönnroth

RESAN

Jag reste i mitten av november under sex dagar runt i Ohio, USA, med hyrbil och besökte tre tidningar som är en del av Ohio News Organization, OHNO, ett samarbete för att öka kvaliteten. Det är de åtta större tidningarna i delstaten som samarbetar. Jag besökte The Blade i Toledo, The Vindicator i Youngstown och The Dispatch i delstatshuvudstaden Columbus. Dispatch har en upplaga ungefär motsvarande en svensk storstadstidning medan Vindicator som är minst har en upplaga att jämföra med en större landsortstidning här hemma. Jag intervjuade tre chefredaktörer, nyhetschefer, nattchefer, bildredaktörer, webbredaktörer och reportrar.

BAKGRUND

Annonsintäkterna för medierna i USA hade under en tioårsperiod fallit än mer drastiskt än i Sverige inte minst på grund av den ökande annonseringen på nätet, där Google tog en allt större del av annonskakan från traditionella medier.

Vidare fanns det bland Ohiotidningarna innan samarbetet startade för några år sedan ett missnöje med den stora nationella telegrambyrån, AP, som man var hänvisad till inte bara för nationella nyheter men även från en del nyheter från den egna delstaten.

Saken var den att AP:s tjänst upplevdes som dyr och även kvalitativt undermålig. Samtidigt underlät den stora amerikanska nyhetsbyrån ofta att ge credit åt de tidningar de tog historier från och dessutom hade AP ett lukrativt avtal med Google News som gynnade AP själv, men inte medlemstidningarna. Med dessa många surdegar i bagaget sammankallade chefredaktören för en av de största Ohiotidningarna, Ben Marrison på Columbus Dispatch, 2007 chefredaktörerna på de andra sju större tidningarna i Ohio.

Den utlösande faktorn var när AP missade att plocka upp en toppnyhet från konkurrenten Cleveland Plain Dealer som Columbus Dispatch därmed missade. Tidningarna är och var konkurrenter med olika ägare, men samtidigt hade de väl inarbetade geografiska revir i delstaten som kretsade kring åtta större stadsområden. Ohio har för övrigt en befolkning som är lite större än Sveriges, cirka 11,5 miljoner invånare.

Ben Marrisons radikala förslag var att de åtta konkurrenterna helt enkelt började byta material och gjorde sig mindre beroende av AP och därmed även ökade

kvaliteten i materialet. Alla tidningarna hade redan fått reducera personalen på redaktionerna åtskilligt. Man började med traditionella nyheter, utökade med feature, sport, kultur och till slut i princip samtliga områden.

SAMARBETET

1. Utbyte av material

För att kunna byta material satte de åtta tidningarnas chefredaktörer upp några grundläggande regler. De tre till fem bästa artiklarna om dagen läggs ut på en gemensam lösenordskyddad hemsida. Det betyder att de andra tidningarna kan ta en nyhet – precis som dagstidningar gör av nyhetsbyråer som TT eller AP – för att använda i morgondagens tidning. Det betyder att de andra tidningarna i samarbetet kan få en toppnyhet från den tidning som producerat den att ha med samma dag som källtidningen själv publicerar storyn.

Villkoret är att den tidning som tar material måste uppge inte bara byline på reporter och fotograf som gjort materialet men även skriva ut tidningens namn som materialet kommer ifrån. Det ser med andra ord ut som de artiklar svenska tidningar publicerar från TT; den som gjort det får äran för det.

Vidare länkar man tillbaka till ursprungstidningens hemsida när man publicerar artikeln på nätet – varje klick av läsare som sökte någon av konkurrenttidningarna driver trafik till den tidnings hemsida som skapat knäcket, vilket är viktigt inte minst ur annonssynpunkt.

Enligt samtliga de intervjuade fungerade systemet på ett ömsesidigt bra sätt. Det handlade om ett givande och tagande, där de större visserligen producerade mer, men de mindre å andra sidan var mer intresserade av mer lokalt material och kunde göra lokala vinklar. Även intervjuade reportrar verkade stolta över de genomslag de nu fick för sina storys i hela delstaten. Kvaliteten på det regionala materialet, där man ibland varit hänvisade till AP, hade ökat väsentligt med utbytet.

2. Gemensamt framtaget material

Efter att man börjat byta material inom allt fler områden, började man också söka ämnen där kunde arbeta gemensamt.

a. Gräv

Det första större grävprojektet man gav sig in i mellan de åtta tidningarna rörde delstatsanställdas pensioner. Det visade sig vid en jämförelse att de

hade mycket mer förmånliga avtal än vad som tidigare uppgetts – väsentligt högre än privatanställda. De åtta tidningarna, ledda av en av redaktörerna på Columbus Dispatch, gav sig på sina lokala myndigheter på respektive ort och man kunde sedan publicera hela paketet samtidigt om än med olika lokala vinklar. Gensomslaget blev stort, det fick politiska följder för beslutsfattarna och en utredning pågår fortfarande om ett nytt pensionssystem. Från att de största tidningarna ägnat sig åt gräv, kunde de åtta gemensamt göra mycket genomarbetade arbeten som fick ett större genomslag.

b. Opinionsundersökningar

Tidigare hade de tre största tidningarna – i Cincinnati, Columbus och Cleveland – gjort opinionsundersökningar. Nu kunde man göra undersökningar på en annan nivå – som täckte hela delstaten och där de åtta tidningarna delade på kostnaderna utefter storlek för opinionsundersökningar om partisympatier, livsstilsfrågor och annat. För de mindre tidningarna som aldrig haft råd med detta tidigare blev det en tydlig kvalitetsförbättring. Tidningarna var bland annat de första som visade att Barack Obama skulle vinna i Ohio vilket var högintressant nationellt – Ohio är en av nyckelstaterna i de nationella valen.

c. Grafik

Kopplat till det gemensamma materialet samarbetar tidningarna för att göra grafik till knäcken. Även här betyder det att de mindre får tillgång till något de knappt haft tidigare. Även för de större betyder det att de genom samordning kan få betydligt mer grafik i tidningarna mot hur det var innan.

d. Foto

Som en del av utbytet av material byter man också foto, men tar uppdrag av varandra och hjälper till att bevaka evenemang någon av de andra tidningarna vill ha hjälp med. Ett exempel: en match i amerikansk fotboll mellan Columbus och Clevelands lag spelas på Columbus hemmaarena. Columbus skickar dit sina fotografer och låter en av dem bevaka en spelare som Clevelandtidningen vill ha särskilt fokus på.

ORGANISATION

De tidigare nyhetsorganisationerna är helt intakta, man har inte som på en del håll i Sverige sökt slå samman organisationer för att kunna rationalisera

ytterligare. Tidningarna har olika ägare och är belägna i tidningshus i respektive stad i Ohio. Samarbetet bygger helt och hållet på att man har gemensamma möten, planering och ständig kontakt – via nätet och via telefon. Chefredaktörerna har fyra gemensamma större möten om året. Redaktörerna för olika projekt träffas, liksom reportrar etcetera. I några fall har det dock handlat om att tidningarna kunnat rationalisera – man har minskat antalet politiska reportrar i Washington och även i Columbus där delstatsmyndigheterna ligger. Men enligt uppgift handlar det om några få tjänster. Den markanta minskningen av tjänster som tidningarna gjort skedde innan OHNO-projektet till följd av en akut ekonomisk situation.

LÄRDOMAR

Det fanns innan samarbetet ett antal saker man var oroliga för. För det första att konkurrensen skulle försvinna mellan tidningarna vilket kunde betyda minskad kvalitet. Men enligt tidningarna själva har minskat beroende av AP och ökat egenproducerat Ohio-material tvärtom ökat kvaliteten. Och med mer gräv, opinionsundersökningar och grafik har tidningarna helt enkelt blivit bättre. En annan oro är att det skulle kunna uppstå obalans – några driver medan andra tar mer passivt emot. Men enligt samtliga jag talade med fungerade samarbetet på ett ömsesidigt givande sätt – man ville hjälpa de andra tidningarna och fick själva hjälp. Bland annat den goda personkemin mellan chefredaktörerna kan vara en faktor till att samarbetet fått en så bra start. Alla var hursomhelst motiverade att producera material som även fick genomslag i granntidningarna i delstaten.

Och läsarna då? Jo, åtminstone enligt tidningsredaktionerna själva så var responsen överväldigande positiv. Några av läsarna hade tillgång till material av skribenter de uppskattade från konkurrenttidningarna utan att behöva prenumerera på ytterligare en tidning.

Enligt Ben Marrison på Columbus Dispatch hade Ohio-tidningarnas samarbete nu väckt så pass stor uppmärksamhet i USA att tidningarna i andra delstater inlett liknande samarbeten. Hans vision var att alla dessa tidningar sedan kunde gå ihop och skapa – tja, en sort ny AP, med mycket bättre villkor för de medlemstidningar som ingår.

P.S. För den som är intresserad av ytterligare information om Ohio-samarbetet så har undertecknad producerat en Powerpointföreläsning som jag nu hållit på några av västkusttidningarna. Jag nås på tel 0704 – 22 88 10.